

УДК 339.1:338.121

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/173-5>**Королович О. О.**кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку та оподаткування і маркетингу,
Мукачівський державний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5878-0925>**Поневач А. І.**аспірант кафедри обліку та оподаткування і маркетингу,
Мукачівський державний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5766-8886>**Korolovych Oksana, Ponevach Attila**
Mukachevo State University

АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНИХ ТИПІВ ЗМІННОГО (ГНУЧКОГО) ТОРГОВОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

За курсу на змінність та гнучкість, що є взаємодоповнюючими категоріями, сучасна торгівля забезпечила формування низки інноваційних моделей торгового підприємництва. Такі типи моделей орієнтовані на специфічні базові елементи та їх комбінації, серед яких слід назвати торгові платформи, тимчасові торгові осередки, системи забезпечення функціонування. Окреслені елементи формують схеми дій підприємця з надання послуг клієнтам до, під час і після обміну товарами за інноваційні типи моделей змінного (або гнучкого) підприємництва. Ці моделі є новими у торгівлі, особливо щодо змінних та гнучких торгових платформ, серед яких слід назвати рор-ап, шоурум, точки видачі/доставки. Потребує вивчення специфіка формування та функціонування торгових осередків. У статті здійснено аналіз інноваційних типів моделей змінного або гнучкого торгового підприємництва, зокрема виділено особливості функціонування торгових осередків інноваційних моделей торгового підприємництва; виділено особливості торговельних платформ та системи забезпечення функціонування.

Ключові слова: торгове підприємництво, торговельна платформа, шоурум, точка доставки/постачання, рор-ап.

ANALYSIS OF INNOVATIVE TYPES OF VOLATILITY (FLEXIBLE) TRADE ENTREPRENEURSHIP

With courses on volatility and flexibility as complementary categories, modern trade has led to several innovative models of trade entrepreneurship. These types of models are oriented towards specific basic elements and combinations of them, among them: trading platforms, temporary trading centers, support systems. These elements form the entrepreneur's schemes for providing services to clients before, during, and after the exchange of goods for innovative types of variable (or flexible) business models. These models are new in trade, especially the novelty is characteristic for the variables and flexible trading platforms of their cells, among them pop-up, showroom, outlets/delivery points. The specific formation and operation of trade points also need to be tested. The article analyzes innovative types of models of variable or flexible trade entrepreneurship, in particular: the specificities of trade points in business innovation models are highlighted; the specificities of their trading platforms and support systems are highlighted. Following the peculiarities and available schemes of the entrepreneur in providing services to clients before, during, and after the exchange, we state that the model of variable and flexible trade entrepreneurship is formed only with this combination of trading platforms, Trade points, and their support systems, providing: Under the peculiarities and available schemes of the entrepreneur in providing services to clients before, during and after the exchange, we state that the model of variable and flexible trade entrepreneurship is formed only with this combination of trading platforms, trade points, and their support systems, providing: Flexibility of the trading platform, in terms of timing, location, cost management; maximum latitude, flexibility (variability) of the trade choice (that is highly specialized) personalization of the entrepreneur's scheme of providing services to clients before, during and after the exchange, sometimes the customization of a sentence. Further prospects in this direction lie in specifying the factors for increasing the efficiency of trade entrepreneurship in Ukraine through variable (flexible) models.

Keywords: trading business, trading platform, show room, delivery point/supply, pop-up.

JEL classification: C44, C60, C80

Постановка проблеми. За курсу на змінність та гнучкість сучасна торгівля забезпечує формування низки інноваційних моделей торгового підприємництва. Такі типи моделей зорієнтовані на специфічні базові елементи та їх комбінації, серед яких слід назвати змінні та гнучкі торгові платформи, зокрема їх офлайн- та онлайн-системи розміщування купівель, замовлень; тимчасові торгові осередки (склади чи їх комплекси та інші інфраструктурні елементи, потрібні для забезпечення безперебійної роботи торгових платформ); системи забезпечення функціонування, які

формують схеми дій підприємця з надання послуг клієнтам до, під час і після обміну товарами, послугами. При цьому інноваційні моделі торгового підприємництва різняться за особливостями використання торгової платформи та схемами дій підприємців з надання послуг клієнтам до, під час і після обміну товарами та послугами, а також їх деталізацією.

В будь-якому разі логіка інноваційних моделей торгового підприємництва орієнтована на гнучкість та змінність торговельної платформи; широту, гнучкість та змінність торговельного асортименту; персоналіза-

цію схем дій підприємця з надання послуг клієнтам до, під час і після обміну.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Базові положення, на які спирається автор і в яких конкретизовано проблему функціонування інноваційних типів моделей змінного або гнучкого торгового підприємництва, а також підходи до її розв'язання містяться у наукових працях С. Смітха, Б. Грея, Р. Мандельбаума, Т. Парамонові. Наведені вчені звертають увагу на загальну логіку функціонування інноваційної моделі торгового підприємництва. Водночас інноваційні типи моделей змінного або гнучкого підприємництва є досить новими у торгівлі, особливо щодо торгових платформ та їх осередків, серед яких слід назвати рор-уп, шоурум, точки видачі/доставки товарів. Отже, необхідний аналіз інноваційних типів моделей змінного або гнучкого торгового підприємництва через призму застосовуваних ними торговельних платформ, а також з точки зору їх особливостей. Потребують вивчення також специфіка та особливості функціонування торгових осередків.

Мета статті полягає в аналізі інноваційних типів моделей змінного або гнучкого торгового підприємництва. Досягненню мети сприятиме вирішення таких дослідницьких завдань, як виділення особливостей функціонування та умовної структури торгових осередків моделей змінного або гнучкого торгового підприємництва; виділення особливостей функціонування торговельних платформ моделей змінного або гнучкого торгового підприємництва за їх видами; виділення особливостей застосування системи забезпечення функціонування моделей змінного або гнучкого торгового підприємництва.

Виклад основного матеріалу. Особливості функціонування торгових осередків єдині для всіх типів інноваційних моделей торгового підприємництва. Це зумовлено наявністю їх типової структури, яку умовно можна деталізувати за такими елементами:

1) наявність складів чи їх комплексів, які є ключовими елементами, необхідними для акумуляції резервів товарів базового асортименту (такі, що забезпечують не менш як 50% продажів торгового підприємця [4]) та надання послуг зі зберігання товарів;

2) наявність підсобних приміщень, які є ключовими елементами, необхідними для розміщення допоміжних служб та виконання робіт з обслуговування технологічного процесу;

3) наявність адміністративних та побутових приміщень; іноді до таких елементів можуть належати приміщення громадського харчування;

4) наявність обладнання для торгового підприємництва, що дає змогу забезпечити якісну викладку, зберігання, продаж, тестування товарів.

Відповідно до вищенаведеного, як постійні, так і тимчасові торгові осередки мають узагальнювати основні інфраструктурні елементи, що визначають такі їх особливості:

– орієнтування на забезпечення безперебійної роботи торгових платформ;

– орієнтування на продаж товарів;

– орієнтування на розвиток, який розглядається через призму переобладнання матеріально-технічної бази торгового осередку та його торгових платформ.

Незважаючи на єдність особливостей функціонування та структури торгових осередків, інноваційні моделі торгового підприємництва різняться за особливостями

використання торгової платформи (платформ), схемами дій підприємців з надання послуг клієнтам до, під час і після обміну товарами та послугами, а також їх деталізацією, що визначається за методом схемних визначників, призначених для отримання оптимальних за складністю виразів схем припустимих дій підприємця у моделі.

Торгова платформа рор-уп відрізняється такими особливостями [5; 7; 8]:

1) короткостроковість існування, пов'язана з існуванням від кількох днів до кількох тижнів;

2) гнучкість розміщення, що можлива шляхом розташування в місцях скупчення потенційних покупців; можливе розташування у стаціонарних будівлях, якими є торговельні центри, кінотеатри, криті стадіони та паркінги; можливе стажування у нетитульних спорудах (у вигляді незвичайного контейнера) у місцевих парках, на місцевих пляжах, прохідних вулицях, базарах, ярмарках тощо; можливе розміщення з використанням мобільних торговельних платформ (у вигляді фургона або переобладнаного автобуса на прохідній вулиці, велосипеда з вітриною тощо);

3) можливість регулювання витрат на утримання шляхом мінімізації витрат на оренду приміщень, економії на торговельному обладнанні й декорування торговельної платформи, економії на рекламі (наприклад, з використанням вірусного ефекту);

4) можливість торговельної платформи створити ажіотаж;

5) змінність формату (формат гібридного ринку і фестивалю з фудкортом, шоу, незвичайної виставки або вечірки, де є опція з організації дозвілля); фактично формат торговельної платформи дає змогу цікаво провести час (зокрема, потанцювати, зробити фото й відео для соціальних мереж);

6) орієнтація торговельної платформи на персоналізацію товарів для покупців (ця особливість можлива, але не обов'язкова).

Поєднання особливостей використання торговельної платформи рор-уп формує можливості її використання для генерування додаткового доходу з невеликих торгових площ торгового центру, паркових зон тощо; для генерування основного доходу.

Підприємству за цією моделлю властива специфічна схема дій підприємців з надання послуг клієнтам до, під час і після обміну, що є тимчасовою та містить такі етапи:

– зустріч покупців на майданчиках з високим трафіком;

– створення ажіотажу і новизни; виявлення короткострокового попиту;

– короткострокова пропозиція товарів у межах концепту, який створює ажіотаж і новизну;

– відпуск товарів та супутні до них операції;

– вручення товарів, виконання послуг;

– розрахункові операції.

Шоурум (showroom) – це торгова платформа, що у наближеному до сучасних реалій омніканальному форматі з'явилася у 2000-х рр. в Італії (як платформа для зустрічей і переговорів дизайнерів одягу з менеджерами щодо її продажу) та поступово поширилась територією Європи.

Функціонування шоурум-платформи відрізняється такими особливостями [2; 3; 4]:

1) варіативність існування торговельної платформи за термінами;

- 2) незмінність формату, функціональність;
- 3) вузька спеціалізація та широкий асортимент товарів такої категорії;
- 4) обмежений доступ;
- 5) орієнтація торговельної платформи на персоналізацію та кастомізацію.

Поєднання особливостей використання торговельної платформи «шоурум» формує можливість її використання для генерування основного доходу від продажу товару, коли важливо спілкуватися з клієнтом наживо (забезпечити персоналізацію та кастомізацію товару).

Підприємництву за цією моделлю властива специфічна схема дій підприємця з надання послуг клієнтам до, під час і після обміну, що є постійною та містить такі етапи:

- 1) виявлення довгострокового попиту та зустріч покупців у межах торговельних платформ закритого/відкритого типів;

- 2) демонстрація ексклюзивних товарів, товарів вузького асортименту, пропозиція супутніх послуг;

- 3) оформлення та виконання замовлення (видача);

- 4) розрахункові операції.

Точки видачі/доставляння – це торгові платформи, що з'явилися досить давно, а нині використовуються у практиці багатьох торгових підприємців, таких як «Епіцентр К», EVA.

Ця торгова платформа вирізняється такими особливостями:

- 1) варіативність існування торговельної платформи;

- 2) гнучкість розміщення торговельної платформи;

- 3) можливості регулювання витрат з утримання торговельної платформи;

- 4) омніформатність торговельної платформи;

- 5) широкий асортимент товарів, послуг, їх персоналізація та кастомізація.

Поєднання особливостей використання торговельної платформи видачі/доставки формує можливість її використання для генерування додаткового доходу для різних форматів торгівлі; генерування основного доходу для допоміжної діяльності з реалізації товарів (зокрема, під час використання як сервісу автоматизації торгівлі).

Для моделі підприємництва за цією моделлю властива наявність двох опорних схем дій підприємця з надання послуг клієнтам до, під час і після обміну у точках видачі/доставляння.

Зокрема, якщо платформа забезпечує допоміжну діяльність реалізації товарів, схема дій є такою:

- 1) залучення покупців та постачальників до унікального ланцюга постачання;

- 2) прийняття та обробка замовлення; оформлення та виконання замовлення (видача);

- 3) розрахункові операції.

Якщо платформа діє як сервіс автоматизації торгівлі суб'єктами господарювання у сфері товарного обігу, схема дій може бути різною, однак у загальному вигляді вона є такою:

- 1) виявлення довгострокового попиту;

- 2) залучення цільових покупців до торговельних платформ;

- 3) демонстрація товарів широкого асортименту, оформлення замовлення та їх передача у сервіс автоматизації торгівлі;

- 4) виконання замовлення (видача) та розрахункові операції.

За наявними прикладами схеми торговельні платформи деталізуються за такими форматами [1]:

- центри обслуговування та персональних консультацій;

- центри досліджень та інновацій;

- пункти самовивозу;

- автоматизовані центри щодо збирання онлайн-замовлень.

Точки видачі/доставки товарів постійно еволюціонують та формують нові формати.

Фактично поєднання торгових осередків, торговельних платформ та системи забезпечення функціонування формує гібридні моделі, що створюють таку діяльність підприємця, що здійснюється одночасно:

- надає можливості офлайн- та онлайн-продажів чи сприяння продажу товарів;

- передбачає залучення різних форматів точок видачі/доставки;

- надає можливості регулювання витрат.

При цьому змінність (гнучкість) кожної інноваційної моделі зумовлена її орієнтацією на практично не обмежені можливості для [1] розширення асортименту товарів; деталізації номенклатури товарів; персоналізації процесу обслуговування.

Кожна торговельна платформа застосовує різні комбінації цифрових інструментів у межах системи забезпечення функціонування. Саме поєднання цифрових інструментів впливає на тривалість кожної сформованої схеми дій підприємця з надання послуг клієнтам до, під час і після обміну товарами, послугами та цінностями. Особливостями системи забезпечення функціонування моделей змінного (або гнучкого) торгового підприємництва є такі:

- формування віртуальних копій базових об'єктів торгівлі (товарів, каналів збуту, торговельних платформ, інфраструктури торговельного осередку);

- керування віртуальними копіями базових об'єктів торгівлі віддалено (через Інтернет).

При цьому вони визначають ступінь гнучкості та змінності торговельної платформи та інфраструктури торговельного осередку; широту, гнучкість та змінність торговельного асортименту; персоналізації схем дій підприємця.

Висновки. Відповідно до наведених особливостей, наявних схем дій підприємця з надання послуг клієнтам до, під час і після обміну, модель змінного та гнучкого торгового підприємництва формується лише за такого поєднання торгових платформ, торгових осередків та систем забезпечення їх функціонування, за якого забезпечуються гнучкість торговельної платформи щодо термінів існування, розміщення, регулювання витрат; широта й гнучкість торговельного асортименту; персоналізація схеми дій підприємця з надання послуг клієнтам до, під час і після обміну; кастомізація пропозиції.

Риси гнучкості (змінності) торгового підприємництва забезпечуються коштом ітеративного підходу до побудови моделі торгового підприємництва, яка передбачає схеми дій підприємців з надання послуг клієнтам паралельно з безперервним аналізом отриманих результатів, коригуванням подальших дій з урахуванням накопиченого досвіду та очікувань клієнтів.

Подальші перспективи в цьому напрямі полягають у конкретизації факторів підвищення ефективності торгового підприємництва в Україні за допомогою змінних (гнучких) моделей.

Список використаних джерел:

1. Горяйнов А. Новые форматы офлайн-торговли в условиях цифровизации: кейсы брендов и ритейлеров. SAP CIS. 2021. URL: https://new-retail.ru/business/novye_formaty_oflayn_torgovli_v_usloviyakh_tsifrovizatsii_keysy_brendov_i_riteylerov2332 (дата звернення: 10.08.2021).
2. Парамонова Т., Красюк И., Лукашевич В. *Маркетинг торгового предприятия* : учебник. Москва : ИТК «Дашков и К», 2014. 283 с.
3. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF#Text> (дата звернення: 10.08.2021).
4. Хаус М. Плюси і мінуси нового досвіду роздрібно́ї торгівлі : посібник для майстрів. 2020. URL: www.iqmetrix.com (дата звернення: 10.08.2021).
5. Gray B. New York Observer. On 10th Anniversary of First NYC Pop-Up. *Commercial-observer*. 2012. URL: <http://commercialobserver.com/2012/12/on-10th-anniversary-of-first-nyc-pop-up-retailers-look-back> (дата звернення: 17.08.2021).
6. Boeriu H. BMW opens largest showroom worldwide in Abu Dhabi. URL: <http://www.bmwblog.com/2012/02/21/bmw-opens-largest-showroom-worldwide-in-abu-dhabi> (дата звернення: 17.08.2021).
7. Mandelbaum R. Who did this? Pop-up shop. *New York Times Magazine*. URL: <https://www.nytimes.com/packages/html/magazine/2013/innovations-issue/#!/?part=popupstore> (дата звернення: 17.08.2021).
8. Smith S. The pop-up shopping phenomenon. *Newsnight*. London : BBC Two, 2010. Vol. 17. P. 5–7.

References:

1. Goryaynov A. (2021) Novyye formaty oflayn-torgovli v usloviyakh tsifrovizatsii: keysy brendov i riteylerov [New digital off-line trade formats: brands and retailers cases]. SAP CIS. Available at: https://new-retail.ru/business/novye_formaty_oflayn_torgovli_v_usloviyakh_tsifrovizatsii_keysy_brendov_i_riteylerov2332 (accessed 10 August 2021).
2. Krasnyuk I., Lukashevich V., Paramonova T. (2014) Marketing trgovogo predpriyatiya [*Marketing of a trading company*]. Moscow: TIC “Dashkov and K”, 283 p.
3. Pro zatverdzhennya Poryadku provadzhennya torhovel'noyi diyal'nosti ta pravyl torhovel'noho obsluhovuvannya na rynku spozhyvchykh tovariv [Approval of the Procedure for the Conduct of Trade Activities and Rules for Trade Services in the Consumer Market]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF#Text> (accessed 10 August 2021).
4. Khaus Mehan (2020) Plyusy i minusy novoho dosvidu rozdribnoyi torhivli: Posibnyk dlya maystriv [Pros and cons of new retailing experience: Manual for Masters]. Available at: www.iqmetrix.com (accessed 10 August 2021).
5. Billy Gray (2012) New York Observer. On 10th Anniversary of First NYC Pop-Up. *Commercial-observer*. Available at: <http://commercialobserver.com/2012/12/on-10th-anniversary-of-first-nyc-pop-up-retailers-look-back> (accessed 17 August 2021).
6. Horatiu Boeriu. BMW opens largest showroom worldwide in Abu Dhabi Available at: <http://www.bmwblog.com/2012/02/21/bmw-opens-largest-showroom-worldwide-in-abu-dhabi> (accessed 17 August 2021).
7. Mandelbaum R. Who did this? Pop-up shop. *New York Times Magazine*. Available at: <https://www.nytimes.com/packages/html/magazine/2013/innovations-issue/#!/?part=popupstore> (accessed 17 August 2021).
8. Smith Stephen (2010) The pop-up shopping phenomenon. *Newsnight*. London: BBC Two, vol. 17, pp. 5–7.